



بچه‌ها متشکریم

● مازیار ناظمی

کارشناس ارشد ارتباطات و گوینده خبر ورزشی سیما

رود. می‌گویند ورزش، امروز به یک زبان همگانی تبدیل شده که به وسیله آن هرانسان می‌تواند خود را به اجتماع پیوند بزند و ارزش‌های خود را مطرح کند، از راه ورزش است که می‌توان مرزهای سیاسی و غیرسیاسی را شکست و زبانی مشترک برای گفت‌وگو آفرید. شک نکنید که ورزش و ورزشکار در جوامع امروزی نهادی برآمده از هویت ملی و فرهنگی جامعه محسوب می‌شوند و رسالت و وظایف سنگینی بر عهده دارند. این موضوع را یادآوری کردم تا وظیفه **رادیو ورزش** را بیشتر بشناسیم.

بر خلاف تصور بسیاری از دوستان رادیو، برنامه سازی در **رادیو ورزش** کار ساده‌ای نیست و بر عکس می‌تواند بسیار هم مشکل باشد. زیرا مخاطبان آن در بحث ورزش اغلب نیمه حرفه-ای یا حرفه‌ای‌اند به طور مثال اگر استادان دانشگاه‌ها که متخصصان رشته‌های مختلف‌اند، خود دانشجوی یک دانشگاه شوند کار اساتید آن دانشگاه بسیار مشکل خواهد بود. **رادیو ورزش** هم وضعی مشابه این دانشگاه را دارد و افرادی که در آن فعالیت می‌کنند باید بسیار آگاه باشند و برنامه‌هایشان هم خیلی دقیق و علمی و متفاوت با برنامه‌های دیگر شبکه‌ها باشد. **رادیو**

فکر می‌کنم کم و بیش با این عبارت که از رایج‌ترین پیام‌های ورزشی در بین تماشاگران است، آشنا باشید. **رادیو ورزش** از هشتم تیر ماه امسال (۱۳۸۴) پا به هفتمین سال فعالیت خود گذاشت و بجاست که به مدیر پر تلاش و برویجه‌های این شبکه بگوییم: بچه‌ها واقعاً متشکریم. انصافاً این شبکه در زمان کوتاه عمر خود (در مقایسه با دیگر هم‌تایانش) تأثیر مثبت و خوبی در بین علاقه-مندان ورزش ایجاد کرده است و تا حدود زیادی به عنوان منبع موثق و معتمدی در بین جامعه ورزش شناخته می‌شود و این موفقیت مرهون تلاش و برنامه‌ریزی منسجم و صد البته میدان دادن به اندیشه‌های جوان و طرح‌های تازه است.

رسیدن به سن هفت سالگی در عمر ما انسان‌ها، یک نقطه عطف محسوب می‌شود، زیرا قدم در راه آموختن و رشد می‌گذاریم و پایه‌های اصلی آینده ما رقم می‌خورد، وارد عرصه جدی‌تری از زندگی می‌شویم و شکل می‌گیریم. قطعاً در زندگی بسیاری از آدم‌های موفق این بخش از زندگی نقش اساسی دارد. **رادیو ورزش** ما هم وارد هفت‌سالگی شده و از امروز انتظارات بیشتری از این بخش فعال رادیو و ورزش کشور می-

ورزش در طول شش سال فعالیت خود با پخش برنامه‌های متعدد در قالب‌های مختلف رادیویی، توانسته پنجره‌هایی را رو به مخاطبان خود باز کند و ارتباط نزدیک، مؤثر و کارساز را با مخاطبان خود بگشاید، که البته از این راه به اعتباری هم رسیده و جایگاه خود را در میان حجم انبوه تولیدات رسانه‌های نوشتاری و دیداری شاخص کرده است.

رادیو ورزش در میان مأموریت‌های مختلفی که دنبال می‌کند، باید به این دو رسالت بزرگ بیشتر از مأموریت‌های دیگرش اهمیت دهد:

- جریان ممتد اطلاعات و اخبار

- نظارت و هدایت جریان‌های خبری حاکم بر ورزش کشور و هدایت آنها.

جریان ممتد اطلاعات و اخبار

در درجه اول، اطلاعات جاری از این شبکه باید تا حد امکان تولید خود شبکه باشد؛ اتکای زیاد به خبرگزاری‌ها (واحد مرکزی خبر، ایرنا، ایسنا و...) که خبرهای آنها اغلب بدون ذکر منبع پخش می‌شود، برای یک شبکه اختصاصی رادیویی زینده نیست، افزایش تعداد گزارشگران شبکه و تقسیم بندی حوزه‌های گوناگون ورزشی و تولید خبرهای ورزشی اختصاصی که منبع آن **رادیو ورزش** است از جمله راهکارهای خوب افزایش اعتبار این

شبکه در محافل رسانه‌ای است، حتی می‌توان خبرهای تولیدی شبکه را بر روی سایت اینترنتی این شبکه، و برای استفاده دیگر بخش‌های خبری بر روی نت^(۱) (NET) ارائه کرد نکته دیگر در ارائه خبر و بخش اطلاع‌رسانی، پرداختن به دو عنصر مهم خبر، یعنی چرایی و چگونگی است. واقعیت این است که مأموریت اصلی این شبکه پخش خبر ورزشی نیست، زیرا گروه‌های خبری در معاونت سیاسی (ادارات کل پخش خبر و شبکه خبر) بنا بر وظیفه سازمانی این کار را انجام می‌دهند. در این میان **رادیو ورزش** می‌تواند در کنار خبر و حواشی آن، برای شنونده‌های مشتاق خود به آن سوی خبرها! برود، زوایای پنهان و تحلیل‌های محکم و مستند را ارائه کند که قطعاً این کار تأثیر بیشتری خواهد داشت.

یکی از مشکلات امروز جامعه ورزش ما در بخش اطلاع‌رسانی چندگانگی و مبهم بودن اخبار منتشره است. شما هر روز می‌توانید در روزنامه‌های مختلف ورزشی شاهد وقایع جالب خبری باشید!! هم زمان در یک روز خبری در یک نشریه اعلام و در روزنامه دیگر تکذیب می‌شود! و برای مخاطب سردرگمی ایجاد می‌کند. **رادیو ورزش** که بخشی از رسانه ملی (صدا و سیما) است باید از این روند جلوگیری کند و هنگامی در این کار توفیق حاصل خواهد کرد که بتواند در میدان رقابت با دیگر رسانه‌ها ابتکار عمل را به دست گیرد و در باور و ذهن مخاطبان خود بنشیند و معتبر شود.

رادیو ورزش در طول شش سال فعالیت خود با پخش برنامه‌های متعدد در قالب‌های مختلف رادیویی، توانسته پنجره‌هایی را رو به مخاطبان خود باز کند و ارتباط نزدیک، مؤثر و کارساز را با مخاطبان خود بگشاید



اعتبار یک رسانه در سایه باورپذیری مخاطبان نسبت به آن بدید می‌آید و ایجاد این باورپذیری هم معطوف به شرایطی است که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

- بی‌غرضی: مخاطب هیچ‌گاه نباید احساس کند که وسیله ارتباطی در صدد تبلیغ مواضع خود و تأثیرگذاری بر اوست، اگر این احساس به مخاطب دست دهد، دیگر اعتماد لازم را به مخاطب نخواهد داشت.

- جامعیت: شبکه فرستنده پیام (شبکه مجری) باید تخصص و جامعیت لازم در خصوص رویدادها و مسائل مختلف صحبت یا اظهار نظر کند و سعی نماید همه آنچه را واقع شده، برای مخاطب بازگو کند.

اطلاعات جاری از این شبکه باید تا حد امکان تولید خود شبکه باشد؛ اتکای زیاد به خبرگزاری‌ها (واحد مرکزی خبر، ایرنا، ایسنا و...) که خبرهای آنها اغلب بدون ذکر منبع پخش می‌شود، برای یک شبکه اختصاصی رادیویی زبینه نیست

- بی‌طرفی: فرستنده پیام، نباید خود در خصوص موضوعات مورد نظر جهت‌گیری خاصی داشته باشد زیرا مخاطبان را نسبت به خود بی‌اعتماد می‌کند.

- صحت: واقعی بودن اخبار و مطالب ارائه شده از مهم‌ترین نکاتی است که هر رسانه‌ای باید آن را رعایت کند و اگر مخاطب احساس کند که مطالب پخش شده از صحت برخوردار نیست، اعتمادش را نسبت به شبکه از دست خواهد داد.

- قابلیت اعتماد: این موضوع از اعتبار قبلی رسانه سرچشمه می‌گیرد؛ یعنی اگر در گذشته شنونده به رادیو اعتماد داشته است، باز هم می‌تواند به آن اعتماد کند.

- گفتن تمام ماجرا: رسانه نباید تنها به انعکاس بخشی از یک رویداد اکتفا کند و باید قسمت‌هایی که از دید مدیران رسانه، برای عموم پخش کردنی نیست، پخش نماید و قضاوت را به شنونده-ها واگذارد.

- داشتن گزارش‌های موثق: رادیو، رسانه‌ای مستند و موثق محسوب می‌شود مشروط بر اینکه بتواند گزارش‌هایی با کیفیت صوتی خوب و به صورت مستقیم پخش نماید.

- با موضوعاتی که مردم علاقه‌مندند: یکی از عواملی که باعث می‌شود مخاطبان از رسانه‌ها استفاده کنند، کسب اطلاعات در مورد موضوعاتی که علاقه‌مندند و اگر هر رسانه‌ای از جمله رادیو ورزش علاقه و خواست مخاطبان خود را تأمین نکند، به‌طور حتم آنها را از دست خواهند داد.

- مراقبت از طرفداران: هر رسانه‌ای از جمله رادیو ورزش نباید موضوعاتی را بر خلاف نظر مخاطبان خود مطرح نماید و باعث ناراحتی آنها شوند چرا که در این صورت ارتباط آنها با شبکه قطع خواهد شد

نظارت و هدایت بر جریان‌های خبری حاکم بر ورزش کشور و هدایت آنها

نظارت و هدایت محیط یکی از وظائف عمده رسانه هاست. در حقیقت این نظارت و هدایت نمونه‌ای از مشارکت مردم در جریان امور عمومی است. رسانه‌ها از طریق برجسته‌سازی سهم مهمی در ایجاد افکار عمومی دارند.

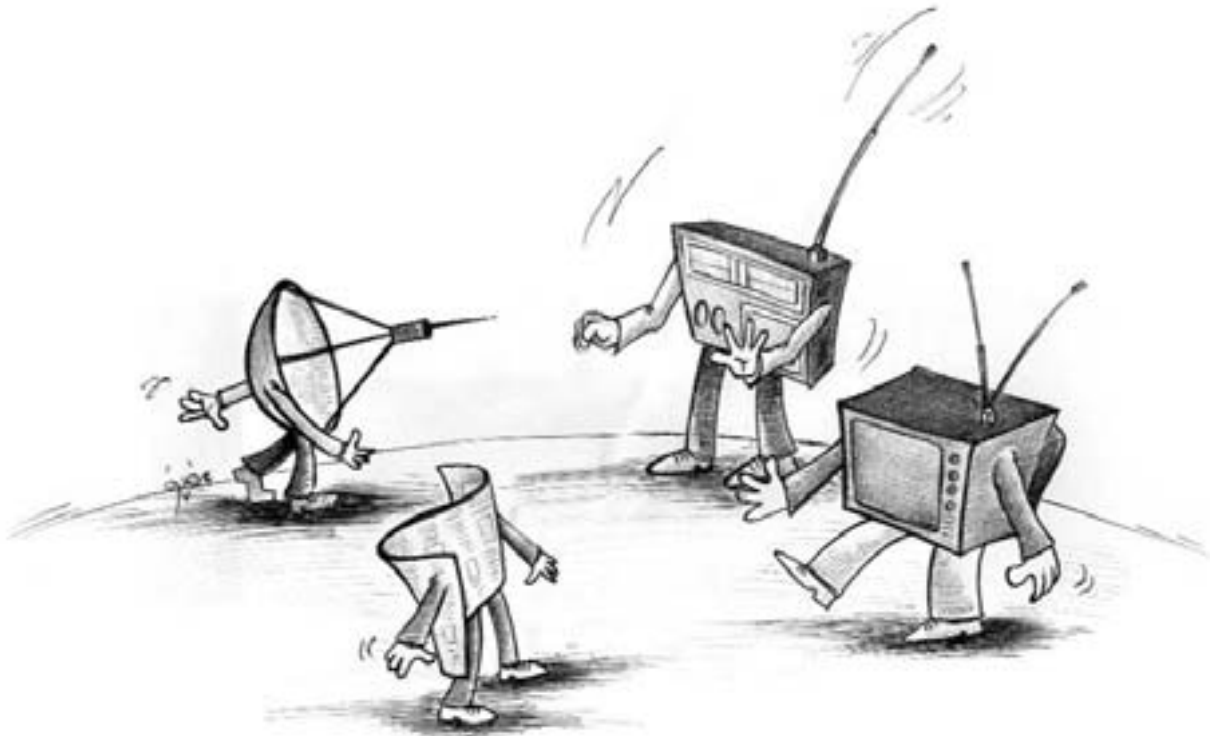
همان طوری که لیمن^(۲) در کتاب خود افکار عمومی اظهار داشته است: «جهان خارج باید جست و جو شده، گزارش، تفسیر و تحلیل شود و سپس معرفت و شناخت پیرامون آن ایجاد شود». برنهارد کهن، پژوهشگر مشهور ارتباطات هم می‌گوید:

«رسانه‌ها ممکن است نتوانند بگویند چگونه فکر کنیم، ولی آنها به ما می‌گویند به چه چیزهایی فکر کنیم».

به علت گستردگی فیزیکی جوامع، دیگر افراد به صورت مستقیم و رودرر و نمی‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار سازند و تنها وسیله ارتباطی بین مردم رسانه‌های همگانی هستند. رسانه-ها در عصر کنونی تارهای عصبی حوزه عمومی جامعه محسوب می‌شوند، به عبارت دیگر در عصر مدرنیته تنها وسیله ارتباطی با اهمیت برای برقراری ارتباط و پیوند بین اعضای هر اجتماع بزرگی، رسانه‌ها و به خصوص رسانه‌های همگانی اند. بنابراین اگر رسانه‌های همگانی آگاهانه و هدفمند وارد عرصه شوند و اقدام به برقراری ارتباط بین اجزاء و عناصر جامعه کنند، حوزه عمومی شکل منطقی‌تر و منجسم‌تری به خود خواهد گرفت و به طور حتم می‌تواند برای اداره جامعه به تولید افکار و ایده‌های جدید و کارآمد کمک کند. اما اگر حرکت رسانه‌ها آگاهانه نباشد، حوزه عمومی به سوی نقصان پیش رفته و جامعه برای بقای خود نیازمند بهره‌گیری از دستاوردهای جوامع دیگر خواهد شد که امکان دارد آن دستاوردها به دلایل مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و... با جامعه مورد نظر هم‌خوانی و قرابت لازم را نداشته باشد.

گفتیم رسانه‌ها تارهای عصبی جامعه محسوب می‌شوند و در همین راستا صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران به عنوان رسانه ملی نسبت به دیگر رسانه‌ها از نقش بیشتری در این زمینه برخوردار است، زیرا در جوامع دیگر، احزاب، سازمان‌های غیر دولتی، شوراها، مطبوعات محلی، محافل محلی، وظیفه تبادل اطلاعات و اندیشه‌ها و تفکر سازی را ایفا می‌کنند و اجازه رشد تفکرات و ایده‌های نو و کارآمد را می‌دهند که این تفکرات و ایده-ها باعث تحول و ارتقا در جامعه خواهد شد.

امادر جامعه ایران، به علت نبود و یا نویا بودن اینگونه محافل، نقش آنها را رسانه فراگیر صدا و سیما انجام می‌دهد و این رسانه



رسانه‌ها در عصر کنونی تارهای عصبی حوزه عمومی جامعه محسوب می‌شوند، به عبارت دیگر در عصر مدرنیته تنها وسیله ارتباطی با اهمیت برای برقراری ارتباط و پیوند بین اعضای هر اجتماع بزرگی، رسانه‌ها و به خصوص رسانه‌های همگانی‌اند. بنابراین اگر رسانه‌های همگانی آگاهانه و هدفمند وارد عرصه شوند و اقدام به برقراری ارتباط بین اجزاء و عناصر جامعه کنند، حوزه عمومی شکل منطقی‌تر و منجسم‌تری به خود خواهد گرفت

یاری می‌کند و تصمیم‌سازان و برنامه‌سازان این شبکه با روشنگری و تحلیل‌های مناسب، می‌تواند جلوی بسیاری از انحرافات خبری و سوءاستفاده برخی از رسانه‌های داخلی و خارجی را به خوبی بگیرند. برجسته‌کردن، با اهمیت نشان-دادن، پررنگ کردن و یا به حاشیه بردن و کم رنگ کردن امور از جمله فنون رسانه‌ای است که برنامه‌سازان این شبکه می‌توانند به تناسب شرایط جامعه و نوع رویداد، از آن استفاده کنند.

خود به خود مجبور به انجام وظائف آن نهاد مدنی خواهد بود. واضح است که در چنین جوامعی اگر رسانه‌های فراگیر (در کشور ماصدا و سیما) تنها به ایفای نقش‌های محدود و کلیشه‌ای بسنده کنند، افکار و عقاید عمومی در بستر جامعه رشد نخواهند کرد و آن جامعه تنها وارد کننده نوآوریها از خارج خواهد بود و یا در حالت سکون و فترت باقی خواهد ماند. بنابراین نقش صدا و سیما در چنین جوامعی خیلی پیچیده و حساس‌تر از کشورهای است که از تنوع رسانه‌ای بیشتری برخوردارند. در ایران صدا و سیما باید افکار و ایده‌ها را در امور مختلف جمع‌آوری کند و سپس در برنامه‌هایی خاص، برترین ایده‌ها را در سطح کلان جامعه مطرح سازد و در صورت مقبولیت و مشروعیت، آنها در افکار عمومی، زمینه را برای طرح یا لایحه شدن و قانونی و اجرا شدنشان فراهم نماید.

در بخش دوم یعنی نظارت بر جریان‌های خبری ورزش کشور و هدایت آنها، رادیو ورزش به عنوان بخشی از رسانه ملی، با توجه به آنچه را که از وظایف رسانه فراگیر صدا و سیما برشمردیم و با عنایت به معیارهایی که در بحث باور پذیری مخاطبان ذکر کردیم، به طور یقین نقش تعیین کننده‌ای دارد. مقبولیتی که رادیو ورزش در میان مخاطبان خود به دست آورده است این شبکه را در مقابله با جریان‌های مخرب ورزش کشور

پاورقی:

- ۱- NET مخفف NETWORK، به معنای شبکه است.
- ۲- Lippman, Walter والتر لیپمن (۱۸۸۹-۱۹۴۷) از روزنامه نگاران برجسته آمریکایی بود که به روزنامه‌نگاری مدرن رونق بخشید.

منابع:

- میر سعید قاضی. افکار سنجی و مخاطب شناسی در رسانه های جمعی. صفحه ۷۵ تا ۷۷.
- پژوهش باور پذیری در خبر، اداره کل پژوهش معاونت سیاسی.

